



龙水湖畔露营地。(资料图)

# 当“硬核工业”遇上“诗意山水” 大足如何作答“融合”命题？

□ 大足融媒-新大足记者 余佳  
实习生 杨文洁 文/图

大足，石刻千年，工业轰鸣。当全国汽车露营产业工作会议的聚光灯打在这里，两种看似迥异的基因，被置于同一个时代的命题下审视。这次大会不仅是行业前沿的思想激荡，更是一场关于这座城市未来命运的深层思辨。当“硬核工业”遇上“诗意山水”，大足将如何作答“融合”这一命题？

## 生产线上的“硬核零件”，如何驶入山水间的“体验场景”？

大足是重庆制造版图上的重镇，年产摩托车超百万辆，零部件体系深入肌理。然而，“供应商”的定位，常使其处于价值链的中间地带。会议反复提及的“场景化”，像一把钥匙。其核心逻辑，是让“大足制造”从隐身的幕后，走向体验的台前，完成从“功能产品”到“场景组件”的价值跃升。

这并非空谈。会议期间传来消息：今年4月，大足将举办特色自驾集结赛，这正是一次精准的“场景测试”。试想，依托龙水湖的碧波与丘陵，赛车飞驰，它所考验的正是本地制造业的耐久与性能。一场赛事，就是一个巨型的、动态的“户外质检实验室”与“品牌展示厅”。同时，当前大足不少本土汽摩企业已敏锐地将研发焦点转向越野、房车等特种需求。逻辑很直接：当产品在最具挑战性的真实场景中被验证、被追捧，它所构筑的技术壁垒与品牌溢价，将远胜于流水线上的万千同类。

更深层的逻辑在于构建产业生态。会议勾勒的“金字塔”模型（顶级赛事引领、业余联赛支撑、大众体验普及），为大足提供了一套完整的价值衍生路线图。顶端，需以高水平赛事树立标杆；中部，依靠俱乐部与培训培育稳定市场和未来人才；基底，则在景区营地普及卡丁车、模拟驾驶等低门槛项目。这意味着，大足的汽

摩产业，有望从单一的制造环节，延伸出赛事运营、技能培训、主题旅游等高附加值的服务链条，最终从“制造基地”蜕变为“产业生态中心”。

## 千年石刻的静穆，如何与湖畔帐篷的星火共鸣？

大足石刻是人类瑰宝，但“过境游”居多、“深度留”不足，是长期挑战。会议中，“露营+”被频频提及，其内在逻辑，在于它为静态文化遗产提供了动态的、可沉浸的“生活化容器”。

露营地，不应只是住宿点，而应是激活文化体验的“反应釜”。会上探讨的“露营+石刻研学”“露营+非遗手作”等模式，其核心是提供一种“黏合剂”，将昌州古城、宝顶山等散落的珍珠，串成一条可驻留、可参与的体验项链。想象一下：白天观摩石刻的鬼斧神工，夜晚回到湖畔营地，在星空下参与一场基于石刻故事的沉浸式剧本游，或亲手体验石刻拓印。这种“文化微度假”，才能真正把游客的“时间”留下来。龙水湖营地新获的“国家级”招牌，正是启动这一融合实验的高起点平台。

逻辑的延伸，指向叙事革新。大足的文旅传播，需要从单一的景点解说，升维到情感共鸣的故事创造。能否以“机车骑士的修行之路”或“文物医生的户外笔记”等为线索，创作微短剧或纪录片？其关键在于，将汽摩的激情、露营的闲适、石刻的深邃，有机缝合进有温度的人物与故事中，吸引特定圈层前来“寻访故事发生地”，完成从观光“流量”到情感“留量”的深度转化。

## 成渝中部新支点，能否跃升为区域户外的“枢纽”？

大足地处成渝腹心，但“通道”属性强于“目的地”属性。会议传递的理念是，必须依托新产业，从地理“节点”升级为资源与服务的“组织极”。其关键逻辑，在于构建网络化服务体

系。借鉴“中心营地+卫星营地”模式，以龙水湖国家级营地为核心，联动雍溪低空飞行基地、玉龙山森林公园等特色资源点，打造主题互补的服务网络。通过统一标识、智慧预约与交通衔接，编织一张覆盖全域、服务川渝的户外休闲服务网。其目的，是让大足成为提供多元体验的“户外休闲目的地”，从而在成渝周末游市场中占据核心地位。

更具前瞻性的理念，是打造产业策源平台。此次全国会议落地，本身就是契机。大足应借此势能，主动申办“全国汽车（房车）露营大会”等行业顶级展会。其深层目的不止于一时热闹，更在于搭建一个汇聚车企、

装备商、运营商与资本的常态化合作平台。让大足不仅是行业思想的“会场”，更是新技术、新产品的“首发站”与商业模式落地的“首选区”，从而占据产业生态的关键节点。

这场会议带来的最大启迪，或许正是让我们重新审视脚下这片土地——那轰鸣的工业脉搏，与灵动的山水呼吸，本非割裂。而是需要一个如“露营+”这般精巧的转换接口，一种将硬核制造融入诗意生活的创造性思维。

会议落下了帷幕，而一份关于如何将“制造”与“文旅”深度对撞、彼此激活的答卷，才刚刚铺开。答卷的笔，握在了大足的手中。



参会人员实地考察大足「汽摩制造」。



参会嘉宾体验骑马等露营活动。